

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

1. Hasil pengujian parsial antara X1 (Persepsi Kegunaan) dan Y (Penggunaan Aktual) menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji SPSS yang menunjukkan bahwa t-hitung (8,057) lebih besar daripada t-tabel (2,01410) dengan signifikansi (0,000) < 0,05. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa customer METIME merasakan kemudahan dengan pembayaran melalui *QRIS* dan juga menghemat waktu berbelanja. Kemudahan dan efisiensi yang dirasakan oleh pelanggan ini berkontribusi pada konsistensi penggunaan aplikasi dan peningkatan jumlah transaksi di METIME menggunakan *QRIS*.
2. Hasil pengujian parsial antara X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) dan Y (Penggunaan Aktual) juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dengan t-hitung (8,290) yang lebih besar daripada t-tabel (2,01410) dan nilai signifikansi (0,000) < 0,05, dapat disimpulkan bahwa proses checkout yang sederhana dan kejelasan petunjuk penggunaan aplikasi mobile banking melalui *QRIS* sangat memengaruhi penggunaan aktual. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah dan jelas proses pembayaran, semakin sering customer METIME menggunakan aplikasi tersebut untuk berbelanja.
3. Hasil pengujian parsial antara X3 (Sikap Terhadap Penggunaan) dan Y (Penggunaan Aktual) juga mengindikasikan pengaruh yang signifikan dengan t-hitung (8,248) yang lebih besar dari t-tabel (2,01410) dan nilai signifikansi (0,000) < 0,05. Ini berarti kepuasan dan kenyamanan yang dirasakan pelanggan saat menggunakan aplikasi mobile banking melalui *QRIS* di METIME sangat memengaruhi penggunaan aktual. Kepuasan dan kenyamanan ini mendorong pelanggan untuk lebih sering menggunakan aplikasi tersebut untuk bertransaksi.
4. Hasil pengujian parsial antara X4 (Minat Perilaku Penggunaan) dan Y (Penggunaan Aktual) menunjukkan pengaruh yang paling signifikan di antara variabel lainnya dengan t-hitung (10,899) yang lebih besar daripada t-tabel

(2,01410) dan nilai signifikansi  $(0,000) < 0,05$ . Ini berarti bahwa minat dan niat pelanggan untuk menggunakan aplikasi mobile banking melalui *QRIS* sebagai sarana utama berbelanja di METIME sangat memengaruhi frekuensi penggunaan aktual. Minat yang tinggi ini mendorong peningkatan jumlah transaksi dan konsistensi penggunaan aplikasi.

5. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Penggunaan Aktual aplikasi M-banking melalui *QRIS* di METIME. Itu menyatakan dengan meningkatkan seluruh variabel independen dalam penelitian ini, penggunaan aktual aplikasi di METIME akan meningkat secara signifikan, yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan volume penjualan
6. Berdasarkan hasil uji regresi yang sudah dilakukan, dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar  $36,663 > F_{tabel}$  2,57 dan nilai signifikansi  $F(0,000) < \alpha = 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa model analisis regresi adalah signifikan. Itu menyatakan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Penggunaan Aktual aplikasi mobile banking melalui *QRIS* di toko METIME. Persepsi Kegunaan yang mencakup kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, Persepsi Kemudahan Penggunaan yang menyoroti kesederhanaan dan kejelasan petunjuk penggunaan, Sikap Terhadap Penggunaan yang berfokus pada kepuasan dan kenyamanan pelanggan, serta Minat Perilaku Penggunaan yang mencerminkan niat dan rencana untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan, semuanya berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan frekuensi dan konsistensi penggunaan aplikasi. Secara keseluruhan, peningkatan dalam keempat variabel ini berdampak positif pada volume penjualan di METIME, karena pelanggan merasakan manfaat, kemudahan, dan kenyamanan yang mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan aplikasi mobile banking melalui *QRIS*. sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat puas dengan kehadiran penggunaan *QRIS*.

## 6.2 Saran

Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen ada beberapa saran dari peneliti diantaranya sebagai berikut

1. Meningkatkan layanan pelanggan yang dapat membantu konsumen dengan cepat jika mereka mengalami kesulitan atau memiliki pertanyaan tentang penggunaan *QRIS*.
2. Mengembangkan program loyalitas yang memberikan poin atau rewards untuk setiap transaksi yang dilakukan melalui metode pembayaran *QRIS*, sehingga dapat meningkatkan frekuensi penggunaan.
3. Selain *QRIS*, METIME dapat memperkenalkan metode pembayaran melalui transfer m-banking. Hal ini memberikan pilihan alternatif bagi konsumen yang mungkin lebih nyaman atau lebih terbiasa dengan transfer bank langsung. Proses ini dapat disederhanakan dengan menyediakan petunjuk langkah demi langkah dalam aplikasi m-banking untuk memudahkan pengguna.
4. Untuk penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel demografis dan juga faktor eksternal untuk melihat pengaruh seperti jenis kelamin, usia dan faktor kebijakan pemerintah, didalam penelitian ini peneliti tidak membahas hal tersebut

